

La industria de  
los contenidos en el sector editorial.  
Un caso en la universidad pública

ÉDGAR GARCÍA VALENCIA  
*Universidad Veracruzana*

INTRODUCCIÓN. HACIA DÓNDE VAN LOS CONTENIDOS

**N**o es ninguna novedad que el sector editorial se encuentra en cambio constante. Parece que han pasado muchos años, pero sólo era el otoño de 2009 cuando Bob Stein, pionero y gurú del libro digital, fundador del Instituto para el Futuro del Libro, presente en el Foro de Editores de la Feria Internacional del libro de Guadalajara, recibió una pregunta sobre el devenir del libro: ¿cómo imaginaba el futuro uno de los primeros editores en CDROM? Él sólo atinó a responder: “no tengo idea”. En los últimos quince años, los cambios han sido tan constantes como imprevisibles, los formatos electrónicos se han diversificado debido en gran parte a la obsolescencia programada de las tecnologías que nos obligan a migrar sistemas operativos (García, Arévalo y Roderó, 2010) y cambiar nuestra información de soportes. Hemos almacenado datos en discos de 5¼ pulgadas, 3½ pulgadas, ZIP, CDROM, DVD, Blue Ray, USB flash memory, memorias SD y, hasta ahora, la nube.

Los soportes han favorecido la evolución de formatos electrónicos, que han cambiado también sus propiedades e incluso generado nuevos sistemas de pago que se modifican conforme mutan las posibilidades tecnológicas. Los nuevos modelos de computadoras aparecen de pronto sin unidades de disco, sin ranuras para CD, se van metamorfoseando como si se tratara de una rápida carrera evolutiva.

Un archivo histórico de contenidos en soporte electrónico es involuntariamente también un museo de sus dispositivos. Néstor García Canclini lo vio como resultado de la modificación de la cultura en la sociedad porque: “como revela este nuevo vocabulario, la industrialización de la producción cultural entrelaza a los bienes simbólicos con las innovaciones tecnológicas y con algunas zonas más dinámicas de la economía y las finanzas” (Canclini y Piedras, 2008: 9).

En la edición, el contenido es la esencia. El editor tuvo durante siglos un esquema claro de producción, edición y distribución de sus libros, pero en la última década las TIC han generado un cambio acelerado en la cadena de producción editorial, principalmente porque se han modificado las formas de consumo de contenidos (Palao y Jiménez, 2015). Uno de los campos culturales que se han visto afectados es la edición universitaria, que ha sido permeada profundamente por los nuevos hábitos de consumo y convergencia digital, pero con la característica de generar contenido especializado de alto nivel, especialmente en el surgimiento de la e-ciencia<sup>6</sup> (Torres Vargas, 2015: 11). Los usuarios llevan la delantera a los editores en la búsqueda de contenidos, pues las necesidades académicas del uso de información hacen que los usuarios hayan acelerado diversas maneras de apropiación y distribución.

---

<sup>6</sup> Se llama así a los trabajos de investigación científica con colaboraciones por medio de Internet en diferentes regiones (Torres Vargas, 2015).

<b>Dominios</b>	<b>Visitas</b>
ebooks.uv.mx	236,132
uv.mx	24,498
m.facebook.com	6,112
facebook.com	2,187
catbiblio.uv.mx	1,070

Tabla 1. De dónde llegan los lectores a la página <http://ebooks.uv.mx> (periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2016). Elaboración propia.

Al referirnos a los contenidos, hay que enmarcarlos dentro de las industrias culturales. Ahí se encuentran las industrias de contenido:

Que comprenden la producción pensada para las nuevas tecnologías de la información y comunicación, la convergencia digital y plantean la inclusión social. Es decir, abarcan nuevos modelos de negocio, como los conglomerados multimedia, nuevas estructuras tecnológicas, nuevos lenguajes para esos medios digitales, nuevas maneras de relacionarse con los diferentes públicos y nuevos profesionales capacitados para nuevas demandas, los denominados nuevos intermediarios culturales (Guerra González, 2016: 136).

Acudo a este concepto, relacionado con las industrias culturales, por poner en la mesa esta paradoja: la industria es algo mecánico y automatizable, y la cultura, de naturaleza creativa y única (Piedras, 2013: 66). Pero ¿cómo llevar los contenidos de la edición académica a las TIC? Son las editoriales las intermediarias culturales de esta cadena y deben pensar en las diferentes salidas a su producción. Es la única manera, o por lo menos la más viable, de hacer frente al declive de distribuidores y librerías en México.

Si la lectura sigue siendo una actividad minoritaria respecto a otras de las industrias culturales en México, el segmento

del libro universitario es tan minoritario como la misma población universitaria en el país, que apenas llega al 3 por ciento respecto a la población total. Acorde con esta cifra, están los porcentajes de libros científico/técnicos y de ciencias sociales que leen los mexicanos, que equivalen, cada uno, al 3 por ciento según la *Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales* (Conaculta, 2010).

LOS CONTENIDOS NO SON INMUTABLES.

EL CASO DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Dentro de las industrias culturales, la del libro tiene una diversidad de opciones para ramificar sus salidas gracias a las TIC: los contenidos no son inmutables. La posibilidad de juntar en un repositorio el artículo publicado, además de los documentos y procesos de la investigación, permite recrear esos contenidos para hacer nuevos, para avanzar en obras derivadas o para nuevos estudios. Existen contenidos que no sólo pueden ser digitales, sino que deben serlo. Algunas cifras de la plataforma de libros digitales de la Universidad Veracruzana (<http://ebooks.uv.mx>) arrojan que durante 2016, con un año de funcionamiento, los contenidos académicos son los más consultados, principalmente en las ciencias de la salud y ciencias duras, más que la filosofía y la literatura. A pesar de que se cuenta con la obra de escritores de gran renombre como Sergio Galindo o Ernesto Cardenal, por mencionar a dos autores preclaros en la literatura latinoamericana, la literatura ha sido, dentro de la plataforma web universitaria, una minoría. La Universidad Veracruzana surgió hace sesenta años y cultivó, desde sus inicios, un sólido catálogo literario, pero en Internet las obras que se buscan de esa editorial son eminentemente académicas. No

hay un sólo título literario entre los libros más leídos; algunos ni siquiera han sido consultados.

Los lectores que han llegado a la página de libros digitales de la Universidad Veracruzana buscan información académica en Internet, no lecturas recreativas. Lo importante para los textos académicos es que el contenido esté en digital. La visibilidad no tendría comparación respecto a su correlato en papel. El libro más consultado en la plataforma de Internet, *Neurofisiología de la conducta*, tuvo cien ejemplares impresos en 2013, y 9 mil lecturas en un año (véase tabla 2). Si puede ser digital, será digital, pero el contenido académico *debe* ser digital. La competencia para visibilizar un contenido editorial en Internet es brutal. La actividad en la red mundial es enorme. Sólo en un minuto se realizan alrededor de dos millones y medio de con-

<b>Títulos</b>	<b>Lecturas en línea</b>	<b>Tiraje en papel</b>
Neurofisiología de la conducta	9,081	100
Ginecología	7,503	500
Arquitectura básica 2	2,095	1,000
Líneas de transmisión	1,848	1,000
A cien años de “Introducción del narcisismo” (1914-2014)	1,701	300
Diálogos sobre cuencas bosques y agua en Veracruz: una propuesta metodológica intercultural	1,667	500
Temas selectos de microbiología médica e infectología	1,371	300
Manual de análisis de alimentos	1,318	0
Códices de tierras: los lienzos de Tuxpan	1,306	1,000
Comunicaciones por satélite	1,063	1,000

Tabla 2. Libros más leídos en la plataforma <http://ebooks.uv.mx> (durante 2016). Elaboración propia.

sultas en Google (Leboeuf, 2016). No digo ya encontrar, sino saber de la existencia de un libro es ya un milagro si no estamos conectados a las redes adecuadas y si las publicaciones no tienen los metadatos necesarios para ser registrados por los cosechadores de información. Por lo tanto, el contenido académico *debe* ser digital, pero para ser visible en ese mundo requiere de tener toda la información disponible como metadatos; de lo contrario, será casi invisible en la maraña de información.

ACCESO ABIERTO.

MODELO DE NEGOCIO, MODELO DE DISTRIBUCIÓN

Si algo no podemos dejar de lado al hablar de contenidos académicos, es el acceso abierto. La variedad de modelos de negocio que se tienen para las diversas opciones de distribución de los contenidos permiten que éstos tengan una posibilidad de dirección de acuerdo con la posibilidad de sus canales y la versatilidad de sus soportes. La convergencia digital en los procesos editoriales en los últimos lustros, así como el uso de técnicas digitales para todas las fases de la producción, distribución y consumo del libro, han potenciado la distribución por el acceso abierto (Morales Campos, 2015).

Para hablar del acceso abierto, hay que partir del concepto de cultura libre porque, teóricamente, gran parte del problema radica en las prácticas culturales. Es ahí donde el concepto de cultura libre nos abre una manera de tratar el problema. Nos dice Lawrence Lessig, el creador de esta teoría e ideólogo de Creative Commons: “Una cultura libre no es una cultura sin propiedad, no es una cultura en donde los artistas no son remunerados. Una cultura sin propiedad, en la cual los creadores no puedan ser remunerados, es anarquía, no libertad” (2004: xvi).

En la edición universitaria, nos encontramos ante distintos tipos de autores, no ante un concepto de autor único. Un caso es la investigación con los datos abiertos, que debería estar tal cual en repositorios, y otro es el libro producto de esa investigación, corregido, legible, resumido, claro, con índices si está impreso, con metadatos si es digital, sin extensos anexos pero con buenas ilustraciones y tablas cuidadas. La investigación no hace un libro, el libro lo hace un editor dentro de una colección con la intención de que dialogue en un catálogo.

Las posibilidades de dar salida parcial o total a esos contenidos, enriquecidos, aumentados, adicionados, aumentan día con día. No está de más pensar que una salida es el acceso abierto, total, parcial o fragmentado. Un texto clásico para la lengua hispánica, por ejemplo, *Don Quijote de la Mancha*, ha tenido múltiples posibilidades de salida para sus contenidos. Si es en papel, hay ediciones literarias, ilustradas, en rústica o en Cartoné, con tirajes determinados; si es en digital, lo podemos tener como aplicación o como *e-book*. Como aplicación estaría en una plataforma para determinados sistemas operativos, como recurso multimedia o realidad aumentada; como *e-book* tenemos otras opciones dependiendo del dispositivo, si es para Kindle o como ePub, en texto fijo o líquido, texto plano o interactivo con hipervínculos. Las posibilidades que tenemos se modifican constantemente. Véase simplemente la bibliografía de las ediciones de *Don Quijote* en los últimos veinte años (Urbina, 2001). La primera vez que *Don Quijote* se publicó de manera interactiva en CDROM en la edición de Francisco Rico de 1998, el lector tenía la posibilidad de realizar un análisis textual; ordenar por palabra y buscar, por ejemplo, cuáles eran las más usadas en la obra. El contenido se hacía totalmente dúctil, el lector podía deshilar su entramado en las partículas más elementales, sus palabras y analizarlo

así. Quedarnos con un sólo soporte o una sola y primera edición es tan ocioso como inalcanzable: el contenido se adapta a los nuevos formatos.

Paralelos a esta diversidad de salidas están, además, los clubes de lectura en línea y las redes sociales, que son útiles para fidelizar a los lectores con nuevos contenidos. Las posibilidades y sus combinatorias son ilimitadas, y éstas se conjuntan para lo más importante: permanecer accesibles. “La accesibilidad es lo que organiza al sistema. Ser accesible: no en el sentido de fácil (aunque eso existe y constituye gran parte de los que se publica), sino de estar a la mano. Poder ser extraído del circuito por unas manos ávidas de lectura” (Olcese, 2015: 330).

Ya di el ejemplo de cómo la Universidad Veracruzana tiene muchas posibilidades en acceso abierto: hay títulos de los cuales no se apostaron grandes tirajes que ahora son consultados por miles y que, disponibles en la red, con los metadatos necesarios, circulan la información en los círculos adecuados: se pudo sobrepasar la posible vida útil de algunos contenidos en su distribución en papel. El acceso abierto es una manera inteligente de distribución de contenidos.

La emergencia de nuevos intermediarios culturales (Guerra González, 2016: 136) nos habla de que las editoriales están cambiando desde dentro. No podemos pensar en la estructura editorial de la misma manera que como se había trabajado hasta los últimos años. Dedicar un área exclusivamente a editar en digital, además de ser un lujo que no todos se pueden permitir, implica que todavía hay flujos de trabajo de la vieja guardia. La solución quizá no es incorporar personal, sino la capacitación y el repensar los flujos de trabajo. Éstos ya han mutado. El acceso abierto es un concepto que se ha diseminado gracias a las TIC, su espíritu ya existía desde hace más de mil años: se llamaba biblioteca.



## BIBLIOGRAFÍA

- Canclini, N.G. y E. Piedras (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI / Flacso.
- Conaculta (2015). *Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales*. México: Conaculta.
- García, J.A.C., J.A. Arévalo y H.M. Rodero (2010). “Los libros electrónicos: la tercera ola de la revolución digital”. *Anales de Documentación*, 13 (0), 53–80.
- Guerra González, J.T. (2016). “La producción editorial didáctica de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica: un diagnóstico a partir del modelo de industrias de contenidos”. *Investigación Bibliotecológica*, 30 (068).
- Leboeuf, K. (2016). “2016 Update: What Happens in One Internet Minute?” Disponible el 31 de enero de 2017 en: <http://www.excelacom.com/resources/blog/2016-update-what-happens-in-one-internet-minute>.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: The Nature and Future of Creativity*. Nueva York: Penguin
- Morales Campos, E. (ed.) (2015). *Actores en las redes de infodiversidad y el acceso abierto*. México: UNAM.
- Olcese, S. (2015). “Circuitos transnacionales de la literatura: Joao Gilberto Noll y el umbral de la convivencia”. *Estudios de Literatura Brasileña Contemporánea*, 46, 327–342.
- Palao, Í. y Jiménez (2015). *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2015*. Madrid: GFK.
- Piedras, E. (2013). “Economía creativa y el Homo Telecom”. En *La configuración estratégica para las políticas culturales en México* (66–68). Guadalajara: UdeG.

Torres Vargas, G.A. (2015). *El libro digital universitario. Propuesta de un modelo de negocio*. México: UNAM.

Urbina, E. (2001). “El Quijote a final de siglo: nuevas prácticas y tendencias editoriales”. *Iberoamericana*, 1 (2), 221–232.